

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi untuk peneliti berikutnya. Adapun landasan dari penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian dan Tahun	Nama	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Study perbandingan kualitas pelayanan industri perbankan syariah dg konvensional . Roni andespa (2016)		X: kualitas pelayanan Y: kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah	Hasil penelitian ini menemukan adanya perbedaan antara kualitas pelayanan ,kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah bank konvensional dan bank syariah namun perbedaan tidak cukup signifikan
2	<i>A comperative study of costumer satisfaction islamic bank and conventional bank in oman</i> Sameena Begum (2014)		X: kualitas pelayanan	Hasil penelitian ini adalah tidak ada perbedaan antara kualitas layanan bank islam dan bank konvensional di oman
3	Analisis komperatif dan eksploratif terhadap kualiatas layanan bank syariah dan bankkonvensional Nalim (2015)		X:komperatif dan Ekploratif Y: kualiatas layanan	Hasil penelitian menyatakan adalah (1) lima faktor utama yang memotivasi memilih bank syariah adalah sesuai syariah merasa aman dan nyaman baik dan cepat biaya administrasinya murah dan lokasinya mudah dijangkau (2) lima faktor utama yang memotivasi memilih bank konvensional adalah merasa aman dan nyaman lokasinya

No	Judul Penelitian	Nama dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				mudah dijangkau banyak cabangnya pelayanannya baik dan cepat dan banyak ATMnya (3) Dimensi kualitas pelayanan yang paling baik di bank syariah dan konvensional adalah dimensi tangible dengan skor berturut-turut sebesar 3,69 dan 3,65. (4) Terdapat perbedaan indeks kualitas pelayanan antara bank syariah dan bank konvensional di Kota Pekalongan.
4	<i>Costumer satisfaction level of islamic bnk and conventional bank in pakistan</i>	Khan daan Ahmad (2013)	X: <i>costumer satisfaction</i>	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan nasabah di bank konvensional dan bank syariah, namun tingkat kepuasan nasabah lebih tinggi di bank konvensional dari pada bank syariah
5	Analisis komperatif kuliatas pelayanan bank syariah dan bank konvensional di kota batam	Hikmah (2018)	X: Kuliatas pelayananan	Hasil pada penelitian ini adalah tidak ada perbedaan antar bank konvensional dan bank syariah
6	<i>Costumer satisfaction of islamic banking and conventional banking in baglades A comparative study</i>	Dr. Muhammad,Ziaulhaq mamun Rezwanul huque khan (2014)	X: <i>Costumer satisfaction</i>	Hasil pada penelitian ini adalah tidak ada perbedaan Kepuasan pelanggan antara bank konvensional dan bank syariah
7	<i>Service Quality and costumer satisfaction in the sector Acomperative study of conventional and islamic banks in pakistan</i>		X: <i>service quality</i> Y: <i>costumer satisfaction</i>	Hasil penelitian ini menunjukan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan pad kedua sector bank, yang mana bank konvensional sama baiknya dengan bank syariah

No	Judul Penelitian dan Tahun	Nama	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
8	Perbandingan kualitas layanan bank syariah dan bank konvensional (pendekatan PBZ) H. Abdul Choliq (2016)		X: kualitas pelayanan	hasil penelitian ini membuktikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas layanan bank syariah dengan kualitas layanan bank konvensional berdasarkan persepsi nasabah setelah mereka melakukan transaksi keuangan di bank tersebut.

B. Landasan Teori

1. Kualiatas Pelayanan

a. Pengrtian kualitas pelayanan

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelangg n bisa berupa 3 macam tipe. Pertama yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan oleh konsumen akan diterimanya.yang kedua tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen. Ketiga yaitu tingkat kinerja optimun atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Menurut Kotler (2011), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, sedangkan menurut Lewis dan

Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2010), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan atau sesuai dengan harapan pelanggan.baik atau tidaknya memperlakukan seorang pelanggan

Sedangkan menurut Tjiptono (2014), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima, Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima..

Dikemukakan oleh Moenir(dalam Tangkilisin 2005:208) agar pelayanan dapat memuaskan orang atau kelompok orang yang dilayani maka pelaku yang bertugas melayani harus memenuhi empat kriteria pokok yaitu sebagai berikut :

- 1) Tingkah laku yang sopan
- 2) Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan
- 3) Waktu penyampaian yang tepat
- 4) Keramah tamahan

Sedangkan standar pelayanan menurut Kasmir(2005:18-21) yaitu dasar-dasar pelayanan terdapat sepuluh hal yang harus diperhatikan agar layanan menjadi baik antara lain:

- 1) Berpenampilan dan berpakaian yang bersih dan rapi
- 2) Percaya diri
- 3) Menyapa dengan lembut , berusaha menyebutkan nama jika sudah mengenal satu sama lain
- 4) Tenang,Sopan,Hormat Serta akan mendengarkan Sikap Pembicanya
- 5) Berbicara dengan bahasa yaang baik dan benar
- 6) Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukan kemampuannya
- 7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan
- 8) Mampu menyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan
- 9) Jika tidak tau menangani permasalahan yang ada, meminta bantuan kepada pegawai lain atau atasan
- 10) Bila belum bisa melayani , maka memberitau kapan akan dilayani.

Menurut parasuratman dkk (1998) menyebutkan ada 10 dimensi kualitas pelayanan yang Kemudian disederhakan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yang menggunakan model SERVQUAL yaitu:

- 1) Keandalan (reability).
- 2) Daya tanggap (responsiveness)
- 3) Jaminan (assurance).
- 4) Empati
- 5) Bukti langsung (tangibles)

Pendapat lain tentang Dimensi kualitas layanan yaitu Tangible yang menurut Zoeldhan (2012) yaitu berupa bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, 33 performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat dan berbeda lagi

Menurut Arisutha (2005: 49) Tangible atau bukti langsung adalah berupa pelayanan-pelayanan yang dirasakan langsung oleh konsumen benar-benar diperhatikan perusahaan atau konsumen untuk meningkatkan prestasi kerja perusahaan sehingga mampu menghasilkan kualitas pelayanan terbaiknya terhadap konsumen.)

Menurut(Zeithmal dkk, 1990)Assurance atau jaminan adalah meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian, dan kesopanan memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuasn dalam memberikan keamanan dalam

memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan .

Definisi empati dalam pemasaran menurut Nursodik (2010) adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan kebutuhan pelanggannya dan definisi tersebut berbeda yang di kemukakan oleh Sedangkan

Definisi dimensi Responsiveness menurut Tjiptono (2007) yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Tanggap disini dapat diartikan bagaimana bentuk respon perusahaan terhadap segala hal-hal yang berhubungan dengan konsumen. Respon yang dimaksud sebaik-baiknya cara perusahaan dalam menerima entah itu permintaan, keluhan, saran, kritik, complain, dan sebagainya atas produk atau bahkan pelayanan yang diterima oleh konsumen. Sedangkan menurut Margaretha (2003) mengungkapkan bahwa kualitas layanan daya tanggap atau Responsiveness adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar orang yang diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima.

Sedangkan definisi kehandalan atau reliability itu sendiri menurut Parasuraman (2001) adalah setiap pegawai memiliki

kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk belum prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut. Dan menurut (Zoeldhan, 2012) Dimensi kehandalan (reliability) dalam indikator kualitas pelayanan merupakan hal penting dan vital bagi perusahaan dalam menunjukkan kinerjanya karena kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi

b. Dimensi kualitas Pelayanan

Berdasarkan penjelasan di atas dimensi kualiatas pelayanan ada lima yaitu :

- 1) Reliability (Reliability) merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang akurat tanpa ada kesalahan
- 2) Daya Tanggap (Responsiveness) kemampuan perusahann dalam memberikan layanan secara cepat
- 3) Jaminan(Assurance)Merupakan perilaaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman kepada pelanggan

- 4) Empati(Empathy),merupakan perilaku memberikan perhatian secara tulus personal perusahaan kepada pelanggan.
- 5) Tangible(Bukti fisik) adanya daya tarik di fasilitas fisik perusahaan yaitu (gedung,ruang tunggu, dan lain sebagainya)

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithnal & Berry (1988) indikator kualitas layanan adalah sebagai berikut

a) Kehandalan

1. Melaksanakan jasa yang benar pada saat pertama
2. Mempertahankan catatan bebas kesalahan
3. Menyediakan jasa sesuai yng di janjikan
4. Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan

b) Daya Tanggap

1. Layanan tepat waktu
2. Selalu memberitahu pelanggan tentang kapan layanan akan dilaksanakan
3. Kesedian membantu pelanggan
4. Kesiapan membantu pelanggan

c) Jaminan

1. Karyawan menanamkan keyakinan pada pelanggan
2. Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka
3. Kenyaman yang selalu sopan

d) Emphaty

1. Memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan
2. Karyawan yang menghadapi pelanggan dengan penuh perhatian
3. Mengutamakan kepentingan terbaik pelanggan
4. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka .

e) Bukti Fisik

1. Peralatan modern
2. Fasilitas yang Nampak menarik secara visual
3. Karyawan yang memiliki penampilan menarik secara visual
4. Bahan yang berhubungan dengan jasa mempunyai daya tarik visual .

2. **Kepuasan nasabah**

a. **Pengertian kepuasan pelanggan**

Pengertian kepuasan nasabah berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan *facio* (melakukan dan membuat) kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat suatu memadai . Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Dengan demikian tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, namun bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan sangat puas.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2011) kepuasan pelanggan adalah seberapa jauh persepsi kinerja. Kepuasan pelanggan menurut Guiltinan (1997) bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan menurut Guiltinan perusahaan harus mampu menawarkan kualitas dari suatu produk dan juga pelayanannya.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:27), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara persepsi konsumen terhadap produk atau jasa dalam kaitannya dengan harapan mereka masing-masing. Di sisi positif, konsumen yang merasa puas akan menjadi loyal dan akan melakukan pembelian kembali atau orang-orang yang mendapatkan pengalaman melebihi ekspektasinya dan yang paling menguntungkan adalah adanya promosi dari mulut ke mulut.

Selanjutnya menurut Tjiptono (2004) kepuasan nasabah atau konsumen merupakan evaluasi pembeli di mana alternatif yang dipilih sekurang kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen.

Menurut Kotler and Keller (2009) kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah

membandingkan antara kinerja (hasil) yang diharapkan sebelum menggunakan produk atau jasa yang dengan kinerja (hasil) yang didapatkan setelah menggunakan barang atau jasa tersebut.

Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen akan merasa puas apabila jasa yang diterima sesuai dengan harapan yang diinginkan. Jika kepuasan konsumen tinggi maka loyalitas konsumen juga akan tinggi.

b. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan memiliki indikator keberhasilan, menurut Ngatmo dan Bodroastuti (2012)

yaitu:

1. Tidak ada keluhan atau keluhan teratasi
2. Terpenuhi harapan konsumen
3. Merekomendasikan kepada Pihak lain
4. Akan menggunakan jasa Kembali (Word of mouth)

3. Teori Perbankan

a. Bank konvensional

Pengertian kata “konvensional” menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah “menurut apa yang sudah menjadi kebiasaan. Sementara itu, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah berdasarkan kesepakatan umum seperti adat, kebiasaan, kelaziman. Berdasarkan pengertian itu,

Bank konvensional adalah bank yang dalam operasionalnya menerapkan metode bunga, karena metode bunga sudah ada terlebih dahulu, menjadi kebiasaan dan telah dipakai secara meluas dibandingkan dengan metode bagi hasil. Bank konvensional pada umumnya beroperasi dengan mengeluarkan produk-produk untuk menyerap dana masyarakat antara lain tabungan, simpanan deposito, simpanan giro; menyalurkan dana yang telah dihimpun dengan cara mengeluarkan kredit antara lain kredit investasi, kredit modal kerja, kredit konsumtif, kredit jangka pendek; dan pelayanan jasa keuangan antara lain kliring, inkaso, kiriman uang, Letter of Credit, dan jasa-jasa lainnya seperti jual beli surat berharga, bank draft, wali amanat, penjamin emisi, dan perdagangan efek. Bank konvensional dapat memperoleh dana dari pihak luar, misalnya dari nasabah berupa rekening giro, deposit on call, sertifikat deposito, dana transfer, saham, dan obligasi. Sumber ini merupakan pendapatan bank yang paling besar.

Dalam undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 juga disebutkan bahwa bank konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Sedangkan fungsi bank konvensional menurut Santoso (2006:27) adalah sebagai berikut:

- 1) *Agent of Trust* Dasar utama kegiatan perbankan adalah trust atau kepercayaan, baik dalam hal menghimpun dana maupun penyaluran dana.

- 2) *Agent of Development* Kelancaran kegiatan investasi, distribusi, konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian masyarakat.
- 3) *Agent of Service* Selain menghimpun dan menyalurkan dana, bank juga memberikan penawaran jasa-jasa perbankan yang lain kepada masyarakat seperti jasa pengiriman uang, jasa penitipan barang berharga, dll.

b. Bank Syariah

Sekarang ini banyak berkembang bank syariah. Bank syariah muncul di Indonesia pada awal tahun 1990-an. Pemrakarsa pendirian bank syariah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18 – 20 Agustus 1990. Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, maksudnya adalah bank yang dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Falsafah dasar beroperasinya bank syariah yang menjiwai seluruh hubungan transaksinya adalah efisiensi, keadilan, dan kebersamaan.

Efisiensi mengacu pada prinsip saling membantu secara sinergis untuk memperoleh keuntungan sebesar mungkin. Keadilan mengacu pada hubungan yang tidak dicurangi, ikhlas, dengan persetujuan yang matang atas proporsi masukan dan keluarannya. Kebersamaan mengacu pada prinsip saling menawarkan bantuan dan

nasihat untuk saling meningkatkan produktivitas. Kegiatan bank syariah dalam hal penentuan harga produknya sangat berbeda dengan bank konvensional.

Penentuan harga bagi bank syariah didasarkan pada kesepakatan antara bank dengan nasabah penyimpan dana sesuai dengan jenis simpanan dan jangka waktunya, yang akan menentukan besar kecilnya porsi bagi hasil yang akan diterima penyimpan. Berikut ini prinsip-prinsip yang berlaku pada bank syariah :

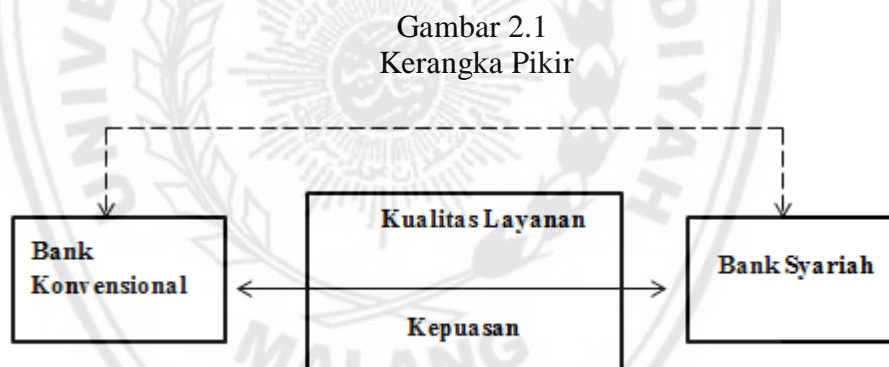
- 1) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah).
- 2) Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musharakah).
- 3) Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah).
- 4) Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (ijarah).
- 5) Pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).

Dalam rangka menjalankan kegiatannya, bank syariah harus berlandaskan pada Alquran dan hadis. Bank syariah mengharamkan penggunaan harga produknya dengan bunga tertentu. Bagi bank syariah, bunga bank adalah riba. Dalam perkembangannya kehadiran bank syariah ternyata tidak hanya dilakukan oleh masyarakat muslim, akan tetapi juga masyarakat nonmuslim. Saat ini bank syariah sudah tersebar di berbagai

negara-negara muslim dan nonmuslim, baik di Benua Amerika, Australia, dan Eropa. Bahkan banyak perusahaan dunia yang telah membuka cabang berdasarkan prinsip syariah.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir digunakan untuk membandingkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah bank Mandiri konvensional dan bank Mandiri Syariah. Jika hasil uji menunjukkan hasil perbedaan yang signifikan, maka dikatakan terdapat perbedaan kualitas layanan dan kepuasan nasabah antara bank Mandiri konvensional dan bank Mandiri syariah. Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:



Pada gambar 1.2 menggambarkan perbandingan antara Variabel independen (X1) kualitas pelayanan dan Variabel kepuasan (X2) pada Bank Mandiri Konvensional dan Bank Mandiri Syariah.

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan kerangka konsep penelitian di atas, maka dapat dirumuskan dan disusun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

Andespa (2016) mengatakan bahwa terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah bank konvensional dan bank syariah, namun perbedaan itu tidak signifikan.

Khan(2013) mengatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan nasabah di bank syariah dan konvensional. Tingkat kepuasan nasabah lebih tinggi di bank konvensional daripada bank Syariah.

Berdasarkan hal tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H1: Terdapat perbedaan kualitas layanan bank Mandiri syariah dan bank Mandiri Konvensional.

H2: Terdapat Perbedaan kepuasan nasabah bank Mandiri Syariah dan Mandiri Konvensional.

